

Anexo 20: Programa de formación y mentoring History Thinking®. Plantillas.

PROYECTO “RETROSPECTARE”

Propuesta de Valor – RetroSpectare

¿Qué es RetroSpectare?

RetroSpectare es una aplicación móvil innovadora que permite a los usuarios experimentar la historia de su entorno superponiendo imágenes antiguas sobre la vista en tiempo real de su cámara. Mediante el uso de **geolocalización, reconocimiento de elementos visuales, realidad aumentada y un fuerte componente social**, la app ajusta automáticamente la superposición, proporcionando una experiencia inmersiva que conecta el pasado con el presente de una manera única.

¿Qué problema resuelve?

La historia de nuestras ciudades y espacios suele estar dispersa en archivos fotográficos, museos o documentos inaccesibles para el público general. RetroSpectare responde a esta necesidad al ofrecer:

- **Un acceso intuitivo y automatizado a imágenes históricas**, sin necesidad de búsqueda manual.
 - **Una experiencia inmersiva e interactiva**, permitiendo a los usuarios “viajar en el tiempo” desde cualquier lugar.
 - **Una herramienta para la preservación y difusión del patrimonio histórico**, conectando a ciudadanos, turistas e investigadores con la memoria visual de los espacios.
 - **Una comunidad colaborativa**, donde los usuarios pueden descubrir, compartir y enriquecer el contenido histórico de la aplicación.
-

¿Cómo lo hace?

RetroSpectare integra **tecnología avanzada de geolocalización, visión artificial, realidad aumentada y herramientas sociales** para mejorar la experiencia del usuario:

- ✓ **Geolocalización inteligente:** La app detecta automáticamente la ubicación del usuario y carga imágenes antiguas correspondientes a ese lugar.
- ✓ **Reconocimiento visual:** Mediante inteligencia artificial, identifica elementos en las fotografías antiguas y los alinea con su contraparte real para mejorar la precisión de la superposición.
- ✓ **Mapa interactivo:** Permite explorar puntos históricos cercanos y desbloquear imágenes conforme se visitan los sitios.
- ✓ **Modo exploración:** Los usuarios pueden descubrir y comparar el pasado y el presente simplemente levantando su cámara en cualquier ubicación registrada.

Componente Social

RetroSpectare no solo permite explorar el pasado, sino que también incentiva la participación activa en la comunidad histórica y la exploración urbana:

- 🏆 **Rutas y Retos de Exploración:** Desafíos donde los usuarios deben visitar ciertos puntos y capturar superposiciones correctas para ganar insignias y recompensas.
- 🏆 **Ranking de Exploradores:** Sistema de puntos basado en la cantidad de lugares visitados, imágenes capturadas y contribuciones a la comunidad.
- 💬 **Comentarios y Conversaciones:** Espacios donde los usuarios pueden debatir sobre la historia de los lugares, compartir anécdotas o conectar con otros entusiastas.
- 📷 **Curaduría Colaborativa:** Los usuarios pueden subir imágenes antiguas y ayudar a etiquetar, describir y georreferenciar fotos para mejorar la precisión del contenido histórico.
- 📱 **Filtros Interactivos para Redes Sociales:** Efectos visuales que permiten compartir superposiciones con transiciones entre pasado y presente en plataformas como Instagram y TikTok.

RetroSpectare y el Futuro de la Realidad Aumentada

RetroSpectare está diseñado para evolucionar con los avances en **Realidad Aumentada (RA)**, aprovechando el desarrollo de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del usuario:

- 💎 **Mayor precisión en la superposición de imágenes:** La mejora en los algoritmos de RA permitirá alineaciones más exactas entre pasado y presente.
- 💎 **Compatibilidad con dispositivos RA:** En el futuro, la app podrá ser utilizada en gafas de Realidad Aumentada como Apple Vision Pro o futuras versiones de Meta y Google, ofreciendo una experiencia completamente manos libres.
- 💎 **Interacción en tiempo real con el entorno:** Gracias a tecnologías como **Google ARCore**, **Apple ARKit** y **WebXR**, los usuarios podrán visualizar reconstrucciones históricas en 3D y explorar la evolución de los espacios con animaciones en tiempo real.
- 💎 **RA Colaborativa:** Experiencias compartidas donde varios usuarios pueden visualizar la misma superposición histórica simultáneamente, fomentando una exploración grupal más interactiva.

¿A quién va dirigida?

- ✦ **Turistas** interesados en explorar la historia de las ciudades de una manera visual e interactiva.
- ✦ **Habitantes locales** que buscan redescubrir su entorno y conectar con su pasado.
- ✦ **Instituciones culturales y educativas** que desean divulgar su acervo histórico de forma accesible y atractiva.
- ✦ **Investigadores y urbanistas** que estudian la evolución de los espacios urbanos a lo

largo del tiempo.

✦ **Comunidad de exploradores urbanos e historiadores amateurs** que desean compartir sus descubrimientos con otros.

Diferenciación y Ventajas Competitivas

- ◆ **Automatización total:** No es necesario buscar imágenes manualmente; la app las carga y posiciona automáticamente.
- ◆ **Experiencia inmersiva sin precedentes:** Gracias a la IA y RA, la precisión en la superposición mejora significativamente la percepción del pasado.
- ◆ **Interacción social y gamificación:** Incentiva la exploración histórica mediante retos, ranking de exploradores y funciones de comunidad.
- ◆ **Preservación del patrimonio histórico:** Facilita el acceso a imágenes antiguas y contribuye a su difusión en un formato atractivo y accesible.
- ◆ **Preparado para la evolución de la Realidad Aumentada:** Compatible con tecnologías emergentes que enriquecerán la experiencia en los próximos años.

Conclusión

RetroSpectare **revolucion**a la forma en que interactuamos con la historia de nuestro entorno, transformando cualquier paseo por la ciudad en una experiencia educativa, social y emocionalmente impactante. Con tecnología de punta y una comunidad activa, **fusiona el pasado, el presente y la interacción social en una sola plataforma**, redefiniendo la exploración urbana y la preservación del patrimonio histórico.

Mapa de Empatía - RetroSpectare

1. ¿Qué piensa y siente el usuario?

Intereses y preocupaciones:

- Le apasiona la historia y la exploración urbana.
- Le interesa conocer cómo han cambiado los lugares a lo largo del tiempo.
- Siente curiosidad por las historias ocultas detrás de edificios, calles y monumentos.
- Valora las experiencias interactivas y educativas.
- Quiere compartir sus descubrimientos con otros.

Frustraciones:

- La historia suele presentarse en formatos estáticos y poco accesibles.
- Es difícil imaginar cómo eran los lugares en el pasado sin referencias visuales.
- La información histórica está dispersa en múltiples fuentes.

2. ¿Qué ve el usuario?

Entorno y tendencias:

- Uso creciente de aplicaciones de realidad aumentada y exploración digital.
- Turismo experiencial en auge, con énfasis en actividades inmersivas.
- Expansión de la tecnología en la educación y el patrimonio cultural.
- Crecimiento de comunidades digitales interesadas en historia y urbanismo.

Lo que otros hacen y dicen:

- Los museos y centros culturales están digitalizando sus archivos.
- En redes sociales, la gente comparte fotos antiguas y comparaciones del pasado con el presente.
- Otras apps permiten explorar lugares, pero pocas ofrecen una superposición visual automatizada.

3. ¿Qué dice y hace el usuario?

Expresiones comunes:

- “Me gustaría ver cómo era este lugar hace 100 años.”
- “¿Habría una forma de explorar la historia sin leer largos textos?”
- “Quisiera compartir esta imagen con amigos para que vean cómo ha cambiado la ciudad.”

- “Sería increíble caminar por un sitio y que la historia aparezca frente a mis ojos.”

🕒 *Comportamiento y acciones:*

- Usa aplicaciones de mapas, exploración urbana y RA.
- Toma fotos y compara lugares antiguos con su estado actual.
- Comparte sus hallazgos en redes sociales o comunidades de historia.
- Participa en recorridos turísticos o actividades culturales.

4. ¿Qué escucha el usuario?

📻 *Fuentes de influencia:*

- Podcasts y documentales sobre historia y urbanismo.
- Contenidos virales en redes sobre cambios históricos en ciudades.
- Recomendaciones de amigos o influencers que disfrutan el turismo cultural.
- Foros y comunidades online donde se discuten historias urbanas.

5. ¿Qué le motiva o le frustra?

🔥 *Motivaciones:*

- Descubrir la historia oculta de los lugares.
- Sentirse parte de una comunidad de exploradores urbanos.
- Aprender de manera interactiva y visual.
- Contribuir al rescate del patrimonio histórico.
- Gamificar su experiencia con retos y recompensas.

⚠️ *Frustraciones:*

- Dificultad para encontrar información histórica en un solo lugar.
- Aplicaciones que requieren demasiado esfuerzo manual para superponer imágenes.
- Falta de precisión en experiencias de RA actuales.

Conclusión

RetroSpectare **responde a las emociones, necesidades y expectativas del usuario**, ofreciéndole una experiencia visual, inmersiva y social que transforma la forma en que interactúa con la historia de su entorno.

Propuesta de Valor - RetroSpectare

1. Productos y Servicios (Lo que ofrecemos)

- ☐ **Mapa Interactivo:** Los usuarios pueden explorar lugares históricos con imágenes antiguas georreferenciadas.
- ☒ **Superposición de Imágenes Antiguas:** Posibilidad de ver cómo era un lugar en el pasado utilizando la cámara del dispositivo.
- ☒ **Desbloqueo de Lugares Históricos:** A medida que los usuarios visitan ciertos puntos, acceden a más imágenes y contenido.
- ☐ **Ajuste Manual de Superposición:** Herramienta intuitiva para alinear imágenes antiguas con la vista actual.
- ☒ **Gamificación (Retos y Ranking de Exploradores):** Incentivos para visitar y descubrir más lugares históricos.
- ☐ **Curaduría Colaborativa:** Los usuarios pueden subir imágenes antiguas y ayudar a etiquetarlas y georreferenciarlas.
- ☒ **Filtros Interactivos para Redes Sociales:** Transiciones entre pasado y presente para compartir en redes.

2. Ganancias para los Creadores (Beneficios del Proyecto)

Impacto Cultural y Educativo:

- Promueve la preservación y difusión del patrimonio histórico.
- Facilita la enseñanza de la historia de manera interactiva y accesible.
- Involucra a la comunidad en la construcción de una base de datos colaborativa.

Modelo de Sostenibilidad sin Opciones Premium:

- **Alianzas con Museos e Instituciones:** Digitalización y promoción de archivos históricos en la plataforma.
- **Financiamiento por Patrocinios y Subvenciones:** Colaboración con entidades culturales, educativas y gubernamentales.
- **Donaciones de la Comunidad:** Los usuarios pueden contribuir voluntariamente al mantenimiento del proyecto.

3. Analgésicos (Cómo eliminamos los problemas de los usuarios)

- ☒ **Elimina la dificultad de imaginar el pasado:** En lugar de leer descripciones, los usuarios pueden ver directamente la transformación de los lugares.
- ☒ **Evita la búsqueda dispersa de información:** Todo el contenido histórico relevante se encuentra en un solo lugar, con imágenes y descripciones precisas.
- ☒ **Reduce la fricción en la exploración:** La geolocalización ayuda a los usuarios a encontrar lugares históricos cercanos sin esfuerzo.

🗨️ **Fomenta la interacción y el aprendizaje social:** Comentarios y curaduría colaborativa enriquecen el contenido con múltiples perspectivas.

4. Ganancias para el Usuario (Beneficios que obtiene al usar RetroSpectare)

- 🌟 **Exploración Inmersiva:** Conocer la historia de un lugar de manera visual e interactiva.
 - 📋 **Experiencia Gamificada:** Sentimiento de logro al completar rutas y retos.
 - 🗺️ **Aprendizaje Dinámico:** Conectar con la historia sin necesidad de largos textos o visitas guiadas tradicionales.
 - 👤 **Comunidad Activa:** Participar en debates, compartir descubrimientos y contribuir con nuevas imágenes históricas.
 - 📄 **Contenido para Redes Sociales:** Crear publicaciones llamativas con comparaciones entre pasado y presente.
-

5. Esfuerzos y Trabajos a ser Hechos por el Usuario

- 📥 **Descargar y Registrarse:** Acceder a la aplicación y crear una cuenta.
 - 🔍 **Explorar el Mapa:** Buscar lugares históricos cercanos o de interés.
 - 📷 **Usar la Cámara para Superponer Imágenes:** Enfocar un lugar y visualizar cómo era en el pasado.
 - 📏 **Ajustar Manualmente la Superposición (si es necesario):** Alinear las imágenes para mejorar la experiencia.
 - 🏆 **Participar en Rutas y Retos:** Completar desafíos para desbloquear contenido adicional.
 - 💬 **Comentar y Compartir Descubrimientos:** Interactuar con la comunidad e intercambiar conocimientos.
 - 📷 **Subir Fotos Antiguas (Opcional):** Contribuir al crecimiento de la base de datos histórica de la app.
-

Conclusión

RetroSpectare transforma la exploración histórica en una experiencia inmersiva y socialmente conectada. A través de un mapa interactivo, superposición de imágenes, retos y participación de la comunidad, la aplicación no solo facilita el descubrimiento del pasado, sino que convierte al usuario en parte activa del proceso de preservación y difusión del patrimonio histórico.

★ Business Model Canvas - RetroSpectare

1. Propuesta de Valor (Value Proposition)

- ✓ **Exploración interactiva del pasado** mediante superposición de imágenes históricas en tiempo real.
- ✓ **Conexión entre cultura, tecnología y comunidad** a través de la curaduría colaborativa.
- ✓ **Accesibilidad universal** sin barreras económicas, eliminando la opción premium.
- ✓ **Gamificación y aprendizaje dinámico** con retos, rutas e insignias.
- ✓ **Promoción de la preservación del patrimonio histórico y cultural.**
- ✓ **Fomento de la actividad física** mediante rutas de exploración que incentivan la movilidad activa y el turismo sostenible.

🏠 ODS Relacionados:

- ◆ **ODS 3 – Salud y Bienestar:** Promueve el ejercicio y el bienestar a través de rutas de exploración.
- ◆ **ODS 4 – Educación de Calidad:** Facilita el acceso a información histórica y cultural mediante aprendizaje interactivo.
- ◆ **ODS 11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles:** Contribuye a la preservación del patrimonio y promueve el turismo responsable.
- ◆ **ODS 16 – Paz, Justicia e Instituciones Sólidas:** Democratiza el acceso a la historia y fomenta el diálogo intercultural.

2. Segmentos de Clientes (Customer Segments)

- 👤 **Turistas** que buscan experiencias inmersivas en destinos históricos.
- 🏛️ **Museos e instituciones culturales** interesadas en digitalizar su acervo.
- 🏛️ **Gobiernos locales** para la difusión del patrimonio histórico y el turismo sostenible.
- 🎓 **Educadores y estudiantes** que usan la app como herramienta didáctica.
- 🏡 **Exploradores urbanos y fotógrafos** interesados en la evolución de los espacios.
- ♿️ **Usuarios que disfrutan la exploración al aire libre** y buscan una alternativa saludable al ocio digital sedentario.

🏠 ODS Relacionados:

- ◆ **ODS 9 – Industria, Innovación e Infraestructura:** Impulsa la digitalización del patrimonio mediante herramientas tecnológicas accesibles.
- ◆ **ODS 3 – Salud y Bienestar:** Motiva a caminar y explorar, fomentando la actividad física y la conexión con el entorno.

3. Canales (Channels)

- 📱 **Aplicación móvil y web** para acceso directo a la plataforma.
- 🤝 **Alianzas con museos, universidades y gobiernos** para promoción y difusión.
- 📢 **Redes sociales y marketing digital** para viralización de contenido.
- 🎭 **Eventos culturales y educativos** en colaboración con instituciones.
- 🗺️ **Rutas interactivas en espacios públicos** para incentivar la exploración activa.

🏠 **ODS Relacionados:**

- 💡 **ODS 17 – Alianzas para Lograr los Objetivos:** Colaboración con entidades culturales y tecnológicas para expandir la iniciativa.

4. Relaciones con Clientes (Customer Relationships)

- 👤 **Curaduría colaborativa:** Los usuarios pueden contribuir con imágenes y ayudar a georreferenciarlas.
- 🏆 **Gamificación:** Desafíos, insignias y ranking de exploradores para fomentar la participación.
- 🗣️ **Interacción social:** Comentarios y espacios de conversación sobre los lugares históricos.
- 📖 **Plataforma educativa:** Integración con instituciones académicas y programas de divulgación cultural.
- 🚶 **Experiencias de exploración activa:** Incentivo a la movilidad y el descubrimiento de espacios históricos caminando.

🏠 **ODS Relacionados:**

- 💡 **ODS 4 – Educación de Calidad:** Promueve el aprendizaje de la historia a través de la participación comunitaria.
- 💡 **ODS 3 – Salud y Bienestar:** Beneficios físicos y mentales derivados de la exploración y el descubrimiento al aire libre.

5. Fuentes de Ingresos (Revenue Streams)

- 💰 **Patrocinios y subvenciones** de gobiernos e instituciones culturales.
- 🤝 **Alianzas con museos y centros turísticos** para integración de contenido.
- 👥 **Modelos de financiamiento colectivo** (crowdfunding y donaciones).
- 📢 **Publicidad cultural y educativa** con marcas alineadas con la misión del proyecto.

🏠 **ODS Relacionados:**

- 💡 **ODS 8 – Trabajo Decente y Crecimiento Económico:** Promueve oportunidades en la digitalización del patrimonio cultural.

6. Recursos Clave (Key Resources)

- **Base de datos de imágenes históricas** organizadas y georreferenciadas.
- 🔍 **Tecnología de geolocalización y visión artificial** para mejorar la precisión de la superposición.
- 👤 **Comunidad activa** que contribuye con contenido y curaduría.
- 🖥️ **Plataforma digital escalable** que soporta la exploración de imágenes en tiempo real.
- ♿️ □ **Rutas y recorridos interactivos** diseñados para fomentar la actividad física.

🌐 ODS Relacionados:

- ◆ **ODS 9 – Industria, Innovación e Infraestructura:** Uso de IA y RA para mejorar la accesibilidad a información histórica.
 - ◆ **ODS 3 – Salud y Bienestar:** Promoción del ejercicio a través de la exploración.
-

7. Actividades Clave (Key Activities)

- 🔧 **Desarrollo y mejora de la app** con nuevas funciones y optimización de RA.
- 🔍 **Recolección y curaduría de imágenes** mediante colaboraciones y comunidad.
- 📢 **Campañas de divulgación** en redes y eventos culturales.
- **Alianzas con instituciones** para integrar contenido histórico.
- 🚶 **Expansión de funcionalidades** hacia RA colaborativa y experiencias inmersivas.
- ♿️ □ **Diseño de rutas y desafíos de exploración** que fomenten la actividad física.

🌐 ODS Relacionados:

- ◆ **ODS 11 – Ciudades y Comunidades Sostenibles:** Promueve el uso responsable de la tecnología para la conservación del patrimonio.
 - ◆ **ODS 3 – Salud y Bienestar:** Incentiva el ejercicio y el turismo sostenible.
-

8. Socios Clave (Key Partners)

- **Museos, archivos históricos y universidades** para acceso a imágenes y contenido.
- 🔍 **Empresas de tecnología (Google ARCore, Apple ARKit, WebXR)** para mejorar la superposición de imágenes.
- 🏛️ **Municipios y oficinas de turismo** para promover la exploración cultural.
- 👤 **Comunidad de exploradores y fotógrafos** que contribuyen al crecimiento de la base de datos.
- ♿️ □ **Organizaciones de senderismo y exploración urbana** para integrar rutas activas.

🌐 ODS Relacionados:

🔗 ODS 17 – Alianzas para Lograr los Objetivos: Creación de redes de colaboración para expandir la iniciativa.

9. Estructura de Costos (Cost Structure)

🖨️ **Infraestructura tecnológica:** Servidores, almacenamiento de imágenes y procesamiento de RA.

👤 **Desarrollo y mantenimiento:** Programación y optimización de la app.

🔍 **Curaduría y gestión de contenido:** Organización de imágenes históricas y georreferenciación.

📢 **Marketing y difusión:** Estrategias de promoción digital y eventos presenciales.

🔧 **Innovación en RA y visión artificial:** Desarrollo de nuevas herramientas para mejorar la experiencia del usuario.

🌐 ODS Relacionados:

🔗 ODS 9 – Industria, Innovación e Infraestructura: Desarrollo tecnológico para mejorar la accesibilidad del patrimonio cultural.



PROYECTO “HABLARTE”

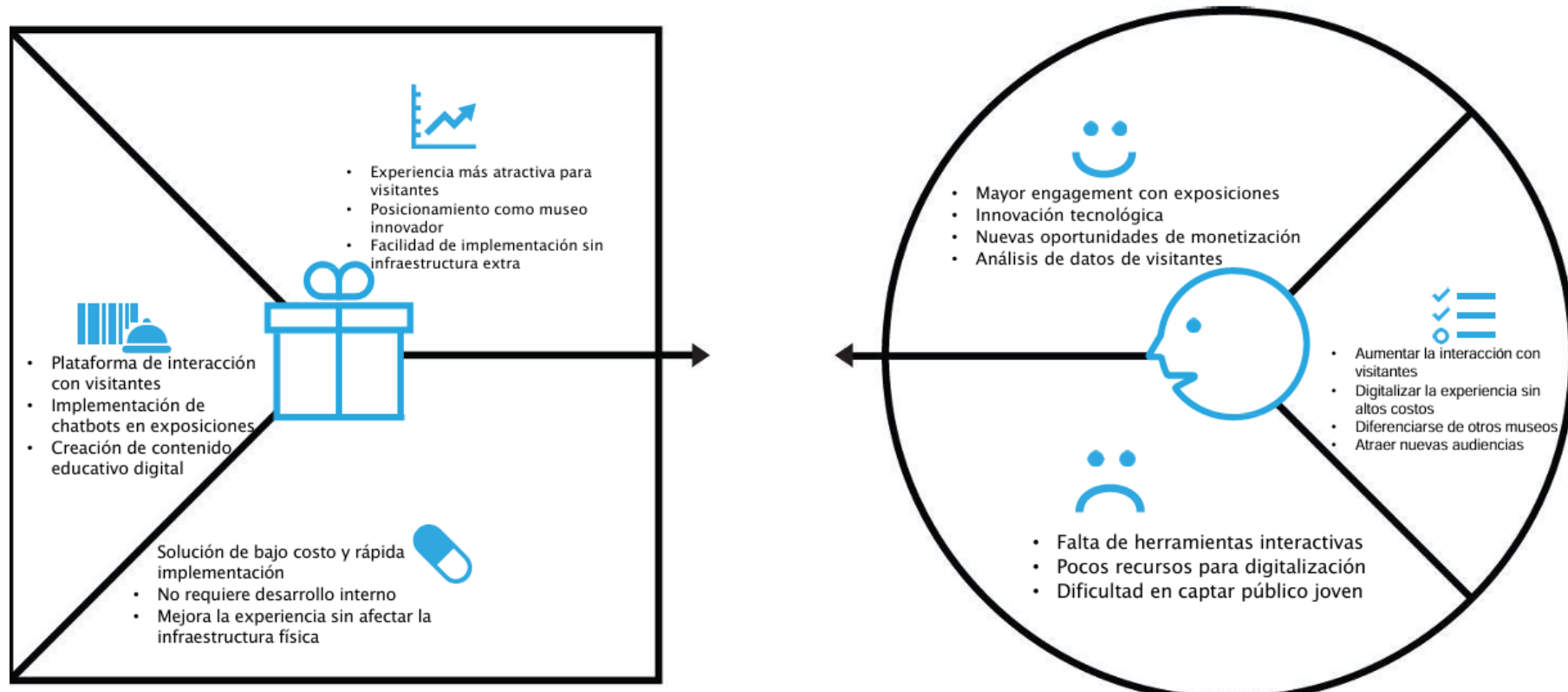
Lienzo de propuesta de valor

Diseñado para: Museo Canario

Diseñada por: Demi Becerra Alai y Juan Pedro Sánchez Montesdeoca

Fecha: 26/02/2025

Versión: 1.0



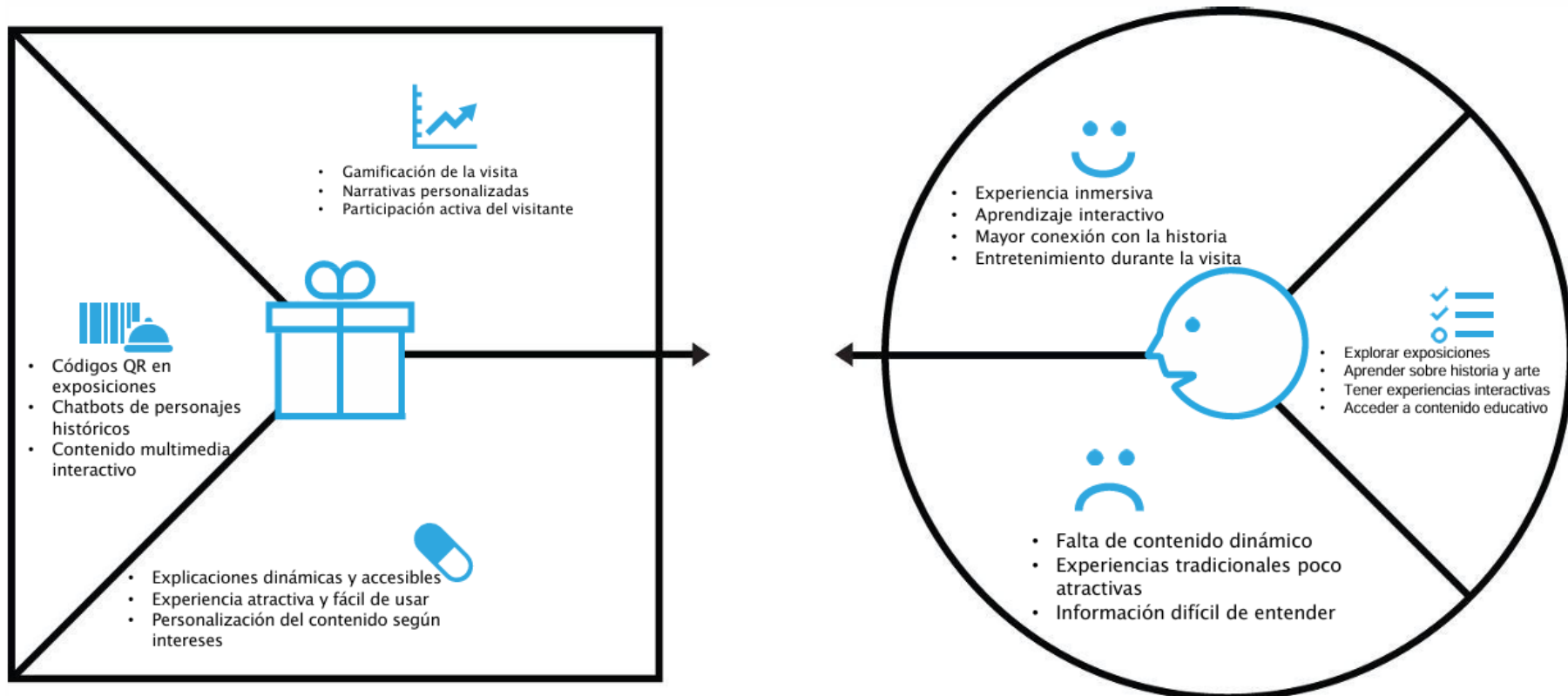
Lienzo de propuesta de valor

Diseñado para: Visitantes del Museo Canario

Diseñada por: Demi Becerra Alai y Juan Pedro Sánchez Montesdeoca

Fecha: 26/02/2025

Versión: 1.0



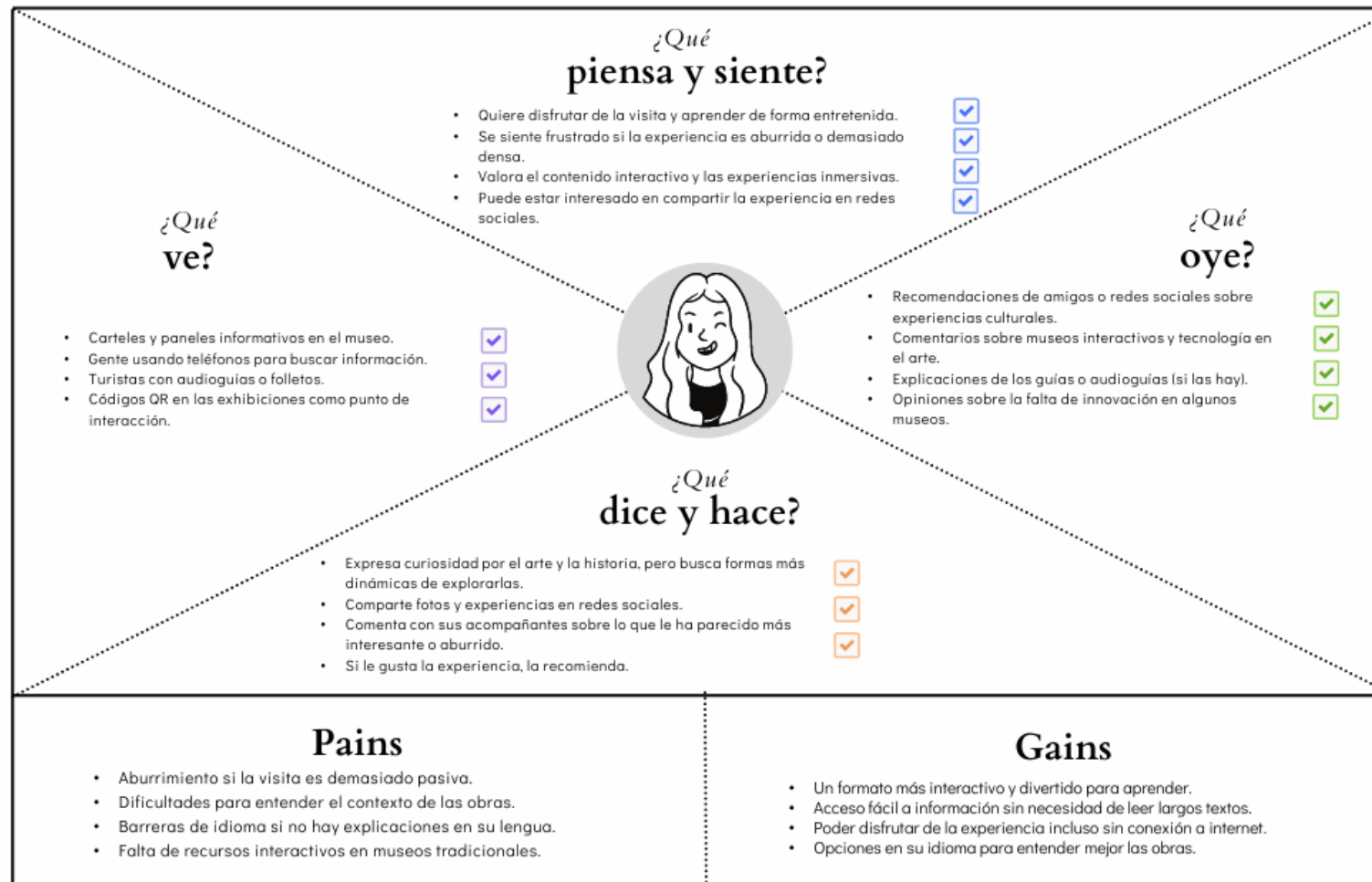
Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario

Diseñado por: Demi y Juan Pedro

Diseñado para: Visitantes del museo

Fecha: 26/02/2025



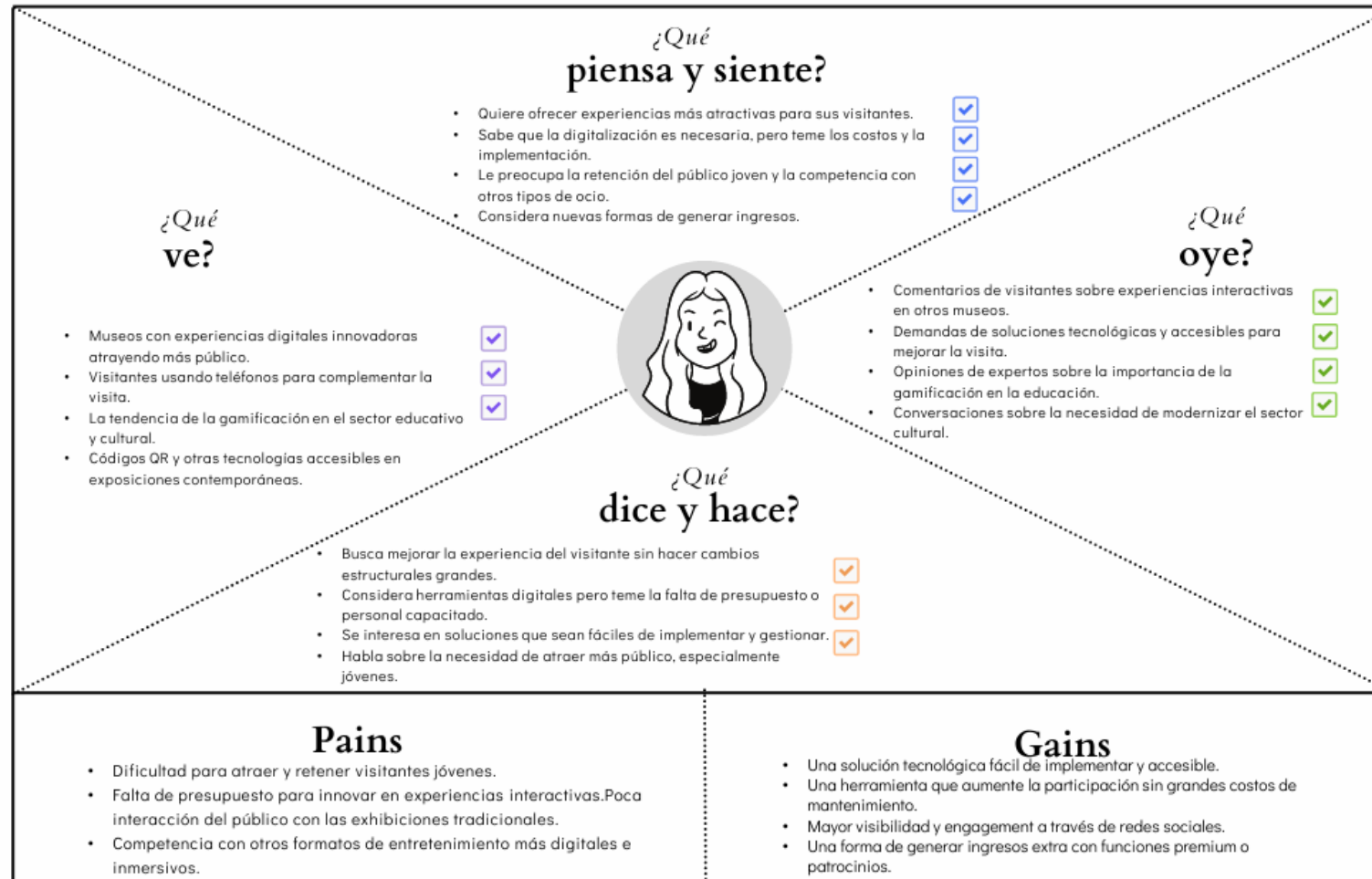
Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario

Diseñado por: Demi y Juan Pedro

Diseñado para: Museo Canario

Fecha: 26/02/2025



PRUEBAS Y DATOS

Experimento para Validar el Modelo de Negocio de HablArte

Hipótesis

"Los visitantes de museos están interesados en interactuar con personajes históricos mediante una app y estarían dispuestos a utilizarla durante su visita."

Cómo lo comprobaremos

Lugar: Un museo, galería de arte, centro cultural o incluso una exposición temporal.

Herramientas:

- Códigos QR gratuitos generados con QR Code Generator.
- Un chatbot gratuito en Landbot.io o ChatGPT, programado para responder como un personaje histórico.
- Landing page en Carrd o Notion con información sobre el proyecto.
- Encuesta en Google Forms para recopilar feedback.

Pasos del Experimento:

1. Colocar entre 3 y 5 códigos QR en diferentes puntos de un museo o exposición.
2. Cada QR lleva a una interacción con un personaje histórico en un chatbot.
3. Al final de la interacción, los usuarios son dirigidos a una encuesta con preguntas como: ¿Te ha parecido interesante esta experiencia? ¿Te gustaría que el museo tuviera más personajes interactivos? ¿Usarías una app como esta en otras exposiciones?
4. Observar y registrar datos sobre cuántas personas escanean los QR y completan la interacción.

Resultados

Validación positiva (éxito del experimento)

Si al menos el **60% de los usuarios** interactúan con el chatbot y dejan feedback positivo, esto sugiere un interés real en la propuesta de valor.

Validación parcial (mejoras necesarias)

Si los usuarios interactúan con el QR pero no completan la experiencia, puede indicar problemas en la usabilidad o el interés del contenido.

Validación negativa (hipótesis rechazada)

Si menos del **20% de los visitantes** escanea los códigos y no se muestra interés en la idea, puede ser necesario repensar la propuesta de valor o la forma de interactuar.

Business Model Canvas		Diseñado para: Museo Canario	Diseñado por: Demi y Juan Pedro	Fecha: 26/02/2025	Version: X.Y
Socios clave  Alianzas estratégicas: - Museos y centros culturales para implementar la solución. - Instituciones educativas para contenidos históricos y artísticos. - Empresas tecnológicas para IA y gamificación. - Marcas interesadas en el patrocinio cultural.	Actividades clave  ✦ Desarrollo y mantenimiento de la app: - Mejora de la plataforma, corrección de errores, nuevas funcionalidades. 🎨 Creación de contenido: - Investigación y generación de personajes históricos con IA. - Diseño de experiencias interactivas y gamificadas. 🌀 Estrategia de comercialización: - Captación de museos y entidades culturales. - Crecimiento de la base de usuarios. - Campañas publicitarias y difusión.	Propuestas de valor  ✓ Para los visitantes: - Transforma la visita en una experiencia interactiva con personajes históricos. - Hace el aprendizaje más entretenido mediante gamificación y multimedia. - Permite el acceso offline y en múltiples idiomas. - Fomenta la exploración con colecciones y retos. ✓ Para los museos: - Moderniza la experiencia del visitante sin grandes inversiones en hardware. - Atrae público joven y tecnológico. - Genera oportunidades de monetización (patrocinios, premium, etc.). - Aumenta la visibilidad en redes sociales.	Relación con clientes  💡 Visitantes: - Experiencia autónoma en la app. - Gamificación para incentivar el uso. - Atención al cliente a través de la app y redes sociales. 🏛️ Museos: - Soporte técnico y asesoramiento en la implementación. - Personalización del contenido según necesidades del museo. - Programas de fidelización y mejoras según feedback.	Segmentos de clientes  ✦ Visitantes de museos - Familias con niños. - Jóvenes y estudiantes. - Turistas internacionales. - Aficionados al arte y la historia. ✦ Museos y espacios culturales - Museos tradicionales. - Exposiciones temporales. - Centros educativos y culturales.	
	Recursos clave  🔧 Tecnología y desarrollo: - Plataforma móvil iOS y Android. - Backend en la nube (Firebase u otro servicio). • IA y chatbot para interacción con personajes. 🌀 Contenido y experiencia: - Base de datos de personajes históricos y artísticos. - Creación de contenido multimedia. - Equipo de diseñadores y desarrolladores. ✦ Marketing y alianzas: - Acuerdos con museos y centros culturales. - Estrategia de captación de usuarios y visibilidad online.	Canales  ✦ Para visitantes: - Descarga de la app en App Store y Google Play. - Publicidad en redes sociales y marketing digital. - Colaboraciones con influencers y bloggers de turismo y cultura. ✦ Para museos: - Presentaciones y demostraciones a gestores de museos. - Ferias y eventos culturales y tecnológicos. - Contactos directos con instituciones culturales y educativas.			
Estructura de costos  💡 Desarrollo y mantenimiento: - Programadores y diseñadores. - Servidores y almacenamiento en la nube. 💡 Creación de contenido: - Investigación histórica y desarrollo de personajes. - Producción de material multimedia. 💡 Marketing y ventas: - Publicidad digital y redes sociales. - Presentaciones y captación de museos. - Relación con influencers y prensa cultural.		Fuente de ingresos  💡 Modelo Freemium: Acceso gratuito con funciones básicas (exploración de personajes, QR, gamificación). Funcionalidades premium (experiencias exclusivas, más interacciones, contenidos ampliados). 💡 Museos y patrocinadores: - Suscripción mensual o anual por uso y personalización de contenido. - Patrocinios de marcas interesadas en el turismo cultural. - Publicidad integrada en la app para entidades culturales.			

Ficha Resumen del Proyecto – PMV

Datos del/la emprendedor/a

Nombre y apellidos	Demi Becerra Aloí	Juan Pedro Sánchez Montesdeoca
correo	demi.becerra@alu.atlanticomedio.es	sanchezmontesdeocajp@gmail.com
Número de teléfono	633 12 92 35	634 68 93 17
CV	35009	35100

Datos del proyecto

Título del proyecto	HablArte
Resumen del proyecto (50 palabras)	HablArte es una aplicación que transforma la experiencia en museos mediante códigos QR y chatbots interactivos. Permite a los visitantes "conversar" con personajes históricos, acceder a contenido multimedia y disfrutar de una experiencia gamificada. Para los museos, ofrece innovación, engagement y oportunidades de monetización sin necesidad de infraestructura adicional.

PROYECTO “VIAJE SONORO”

Propuesta de valor

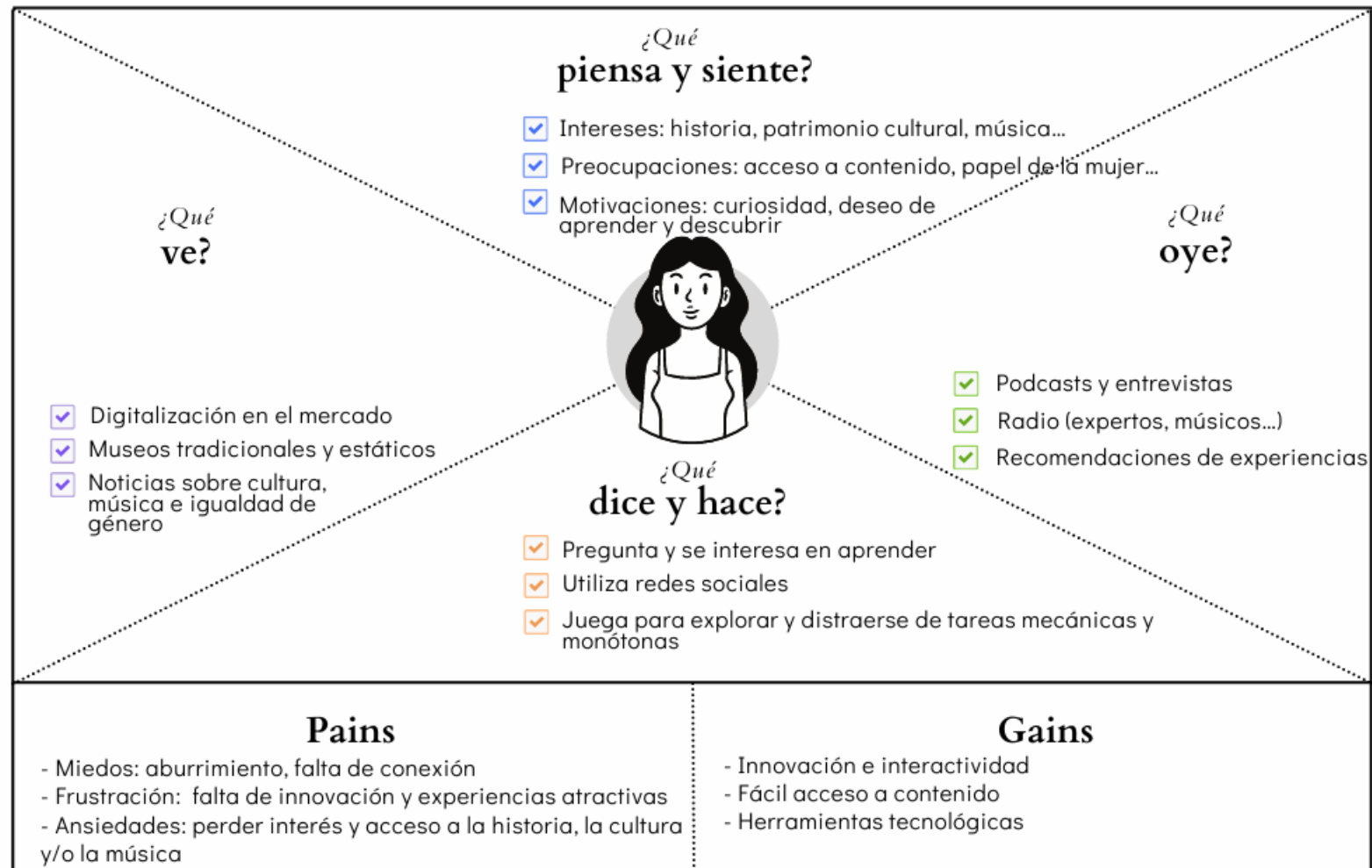


Perfil del cliente



Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario



PRUEBAS Y DATOS

Hipótesis

El público general del Museo Canario interactuará activamente con la mesa táctil y la percibirá como una forma innovadora y entretenida de aprender sobre historia musical, concretamente sobre las dos compositoras canarias y su trayectoria en el panorama musical de Canarias.

Experimento:

- Implementaremos un **prototipo mínimo viable (PMV)** con la plataforma Unity, que incluya contenido audiovisual (archivo del Museo Canario).
- Observaremos la interacción con la mesa: **número de usuarios, tiempo de permanencia y nivel de engagement.**
- Realizaremos **encuestas** rápidas tras la experiencia para medir **satisfacción y aprendizaje.**

Resultados:

- **Alta participación:** Más del 50% de los visitantes interactúan.
- **Interacción prolongada:** Tiempo medio de 3-5 minutos por usuario.
- **Valor percibido:** Al menos un 80% de encuestados consideran la experiencia entretenida y educativa.
- **Evidencia de aprendizaje:** Aumento de más del 60% en conocimiento sobre las compositoras antes/después de la experiencia.

Diseñado para:

Diseñado por:

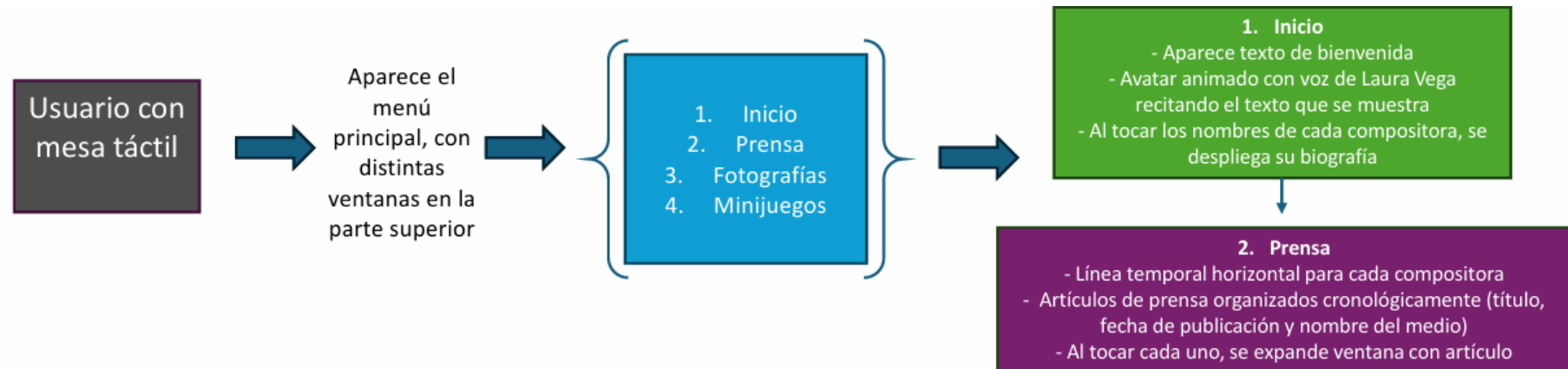
Fecha:

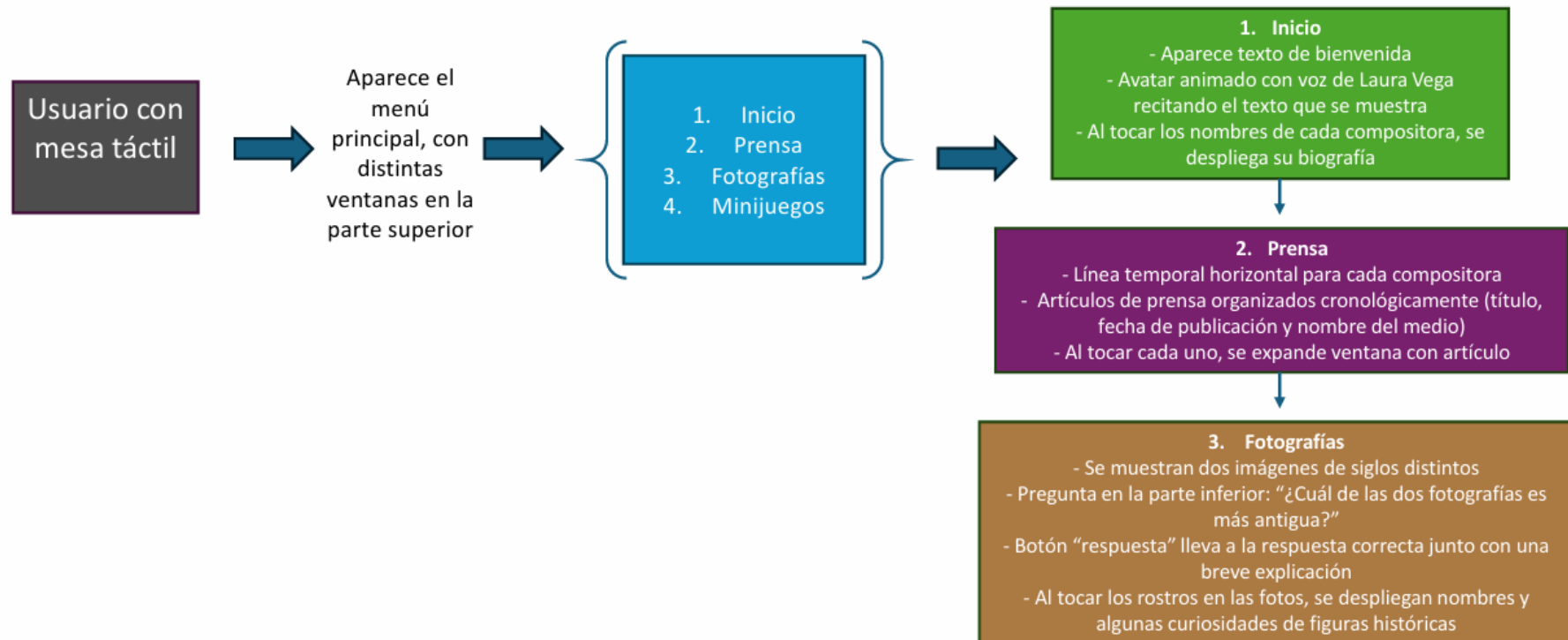
Versión:

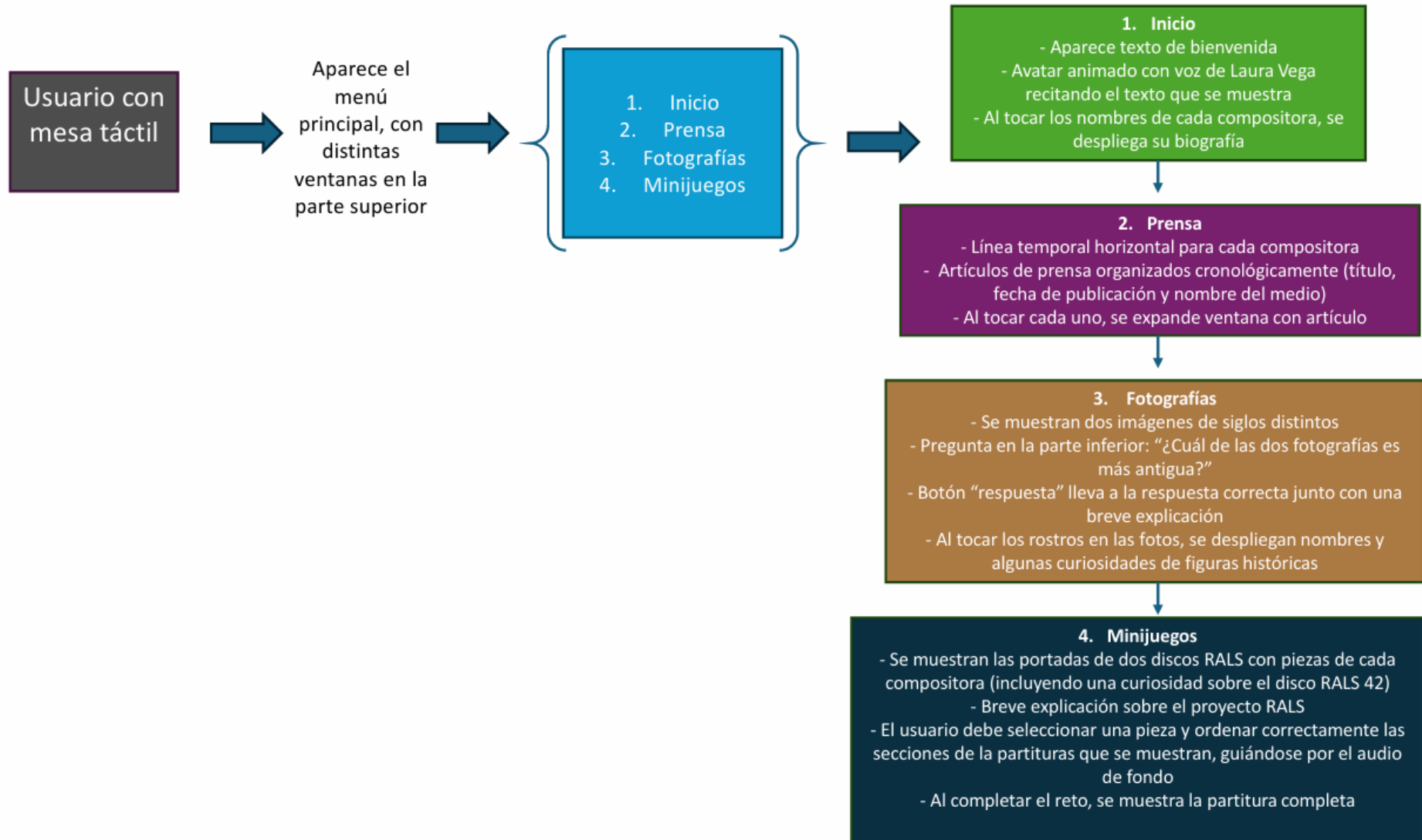
Business Model Canvas

Socios clave - Museos y espacios culturales - Medios de comunicación y plataformas culturales - Instituciones educativas y universidades - Archivos históricos y bibliotecas - Diseñadores y desarrolladores tecnológicos	Actividades clave - Investigación, recopilación y organización del material (archivo) - Desarrollo del software y la experiencia interactiva - Implementación del contenido - Estrategia de marketing y difusión del proyecto	Propuestas de valor - Experiencia visual y sonora atractiva que enriquece el recorrido por el museo - Ofrecer una herramienta moderna, novedosa, accesible e intuitiva para acercar la historia musical al público - Difusión, reconocimiento y evolución del papel de las mujeres en la música de Canarias - Comparación histórica de dos compositoras y sus contextos musicales en distintos siglos - Digitalización y accesibilidad del patrimonio cultural canario - Gamificación que estimula el aprendizaje, combinando juego y experimentación para atraer diversos públicos	Relación con clientes - Recursos didácticos - Acceso a material inédito o poco conocido (archivo vivo y accesible) - Minijuego musicales - Encuestas de satisfacción y feedback del público	Segmentos de clientes Público diverso: amantes de la música, la historia y la cultura canaria, e interesados en experiencias digitales innovadoras. Distintos segmentos: - Museos y espacios culturales - Instituciones educativas (escuelas, conservatorios, universidades...) - Público general (visitantes del museo, turistas...) - Familias con niños/as - Historiadores e investigadores - Músicos y musicólogos
Estructura de costos - Desarrollo tecnológico de la mesa táctil - Digitalización y curación de contenido - Costes de implementación en el museo - Mantenimiento y actualizaciones del sistema - Marketing y promoción		Fuente de ingresos - Financiación por parte de museos y espacios culturales - Subvenciones y ayudas a proyectos culturales y tecnológicos - Patrocinios de instituciones públicas y privadas - Venta de material complementario (libretos, CDs, partituras digitales, etc.) - Posibles versiones itinerantes o exportables a otros museos / centros culturales		











UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

PROYECTO “MAVI”

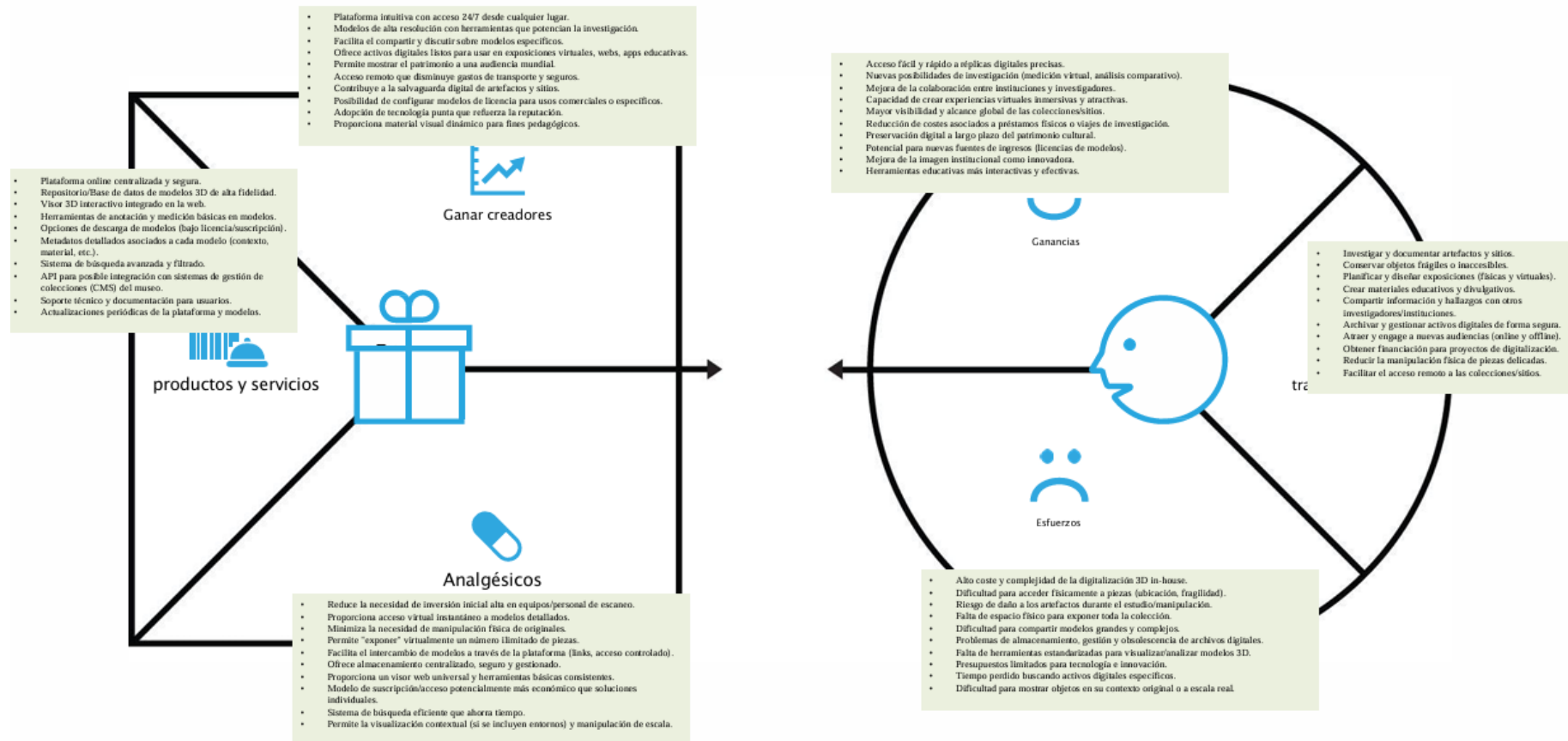
Lienzo de propuesta de valor

Diseñado para: Museo Digital

Diseñada por: Raul Iglesias

Fecha: 10-03-25

Versión:



Mapa de empatía

Identificando el comportamiento del usuario

Diseñador por: Raul Iglesias

Diseñador para: Museo Digital

Fecha: 10-03-25



PRUEBAS Y DATOS

Experimento: Validar utilidad del Visor 3D para investigación remota.

Hipótesis

El visor 3D interactivo con herramientas básicas mejora significativamente el análisis remoto (medición, detalle) de artefactos frente a imágenes 2D.

Cómo lo comprobaremos

Participantes: 5-7 profesionales de museo (investigadores/curadores).

Método: Tareas comparativas de análisis (medición, detalle) usando:

a) Fotografías 2D de alta resolución.

b) Prototipo con visor 3D interactivo y herramientas básicas de los mismos artefactos.

Métricas Clave:

Cuantitativas: Tiempo de tarea, precisión (si aplica), confianza subjetiva (escala 1-5).

Cualitativas: Feedback sobre facilidad de uso, utilidad percibida, ventajas/desventajas vs 2D.

Resultados

Datos que muestren si el 3D reduce tiempo, aumenta precisión y/o confianza.

Feedback cualitativo que confirme (o refute) el valor añadido del 3D para investigación remota y sugiera mejoras.

Conclusión: Validación (o no) de la hipótesis basada en la evidencia recopilada.

Business Model Canvas

Diseñado para:

Museo Digital

Diseñado por:

Raul Iglesias

Fecha:

10/03/2025

Versión:

X.Y

Socios clave



- Museos e instituciones culturales, Universidades y centros de investigación, Proveedores de tecnología Cloud, Empresas de escaneo 3D (potencial), Asociaciones profesionales del sector.
- Proveedores clave:** Cloud, (potencialmente) Empresas de escaneo.
- Recursos de socios:** Acceso a colecciones, credibilidad, conocimiento experto, infraestructura.
- Actividades de socios:** Provisión contenido/acceso, validación, servicios tecnológicos, difusión.
- Motivaciones:** Acceso a tecnología, nuevos canales investigación/difusión, acceso a mercado nicho, desarrollo sectorial.

Actividades clave



- Desarrollo y mantenimiento continuo de la plataforma software (web, visor 3D, herramientas, API).
- Gestión y curación de la base de datos de modelos 3D (ingesta, metadatos, calidad).
- Marketing y Ventas.
- Soporte técnico y atención al cliente.
- Gestión de la infraestructura tecnológica (seguridad, escalabilidad).
- (Potencialmente) Servicios de digitalización 3D bajo demanda.
- Categorías:** Desarrollo de plataforma/SW, Gestión Contenido Digital, Operaciones SaaS, Mkt/Ventas.

Recursos clave



- Intelectuales:** Plataforma software propietaria, Base de datos modelos 3D, Metodologías, Marca "Museo Digital".
- Humanos:** Equipo Desarrollo SW, Equipo Soporte/Clientes, Expertos 3D Patrimonio, Equipo Mkt/Ventas.
- Tecnológicos/Físicos:** Infraestructura a Cloud (servidores, almacenamiento).
- Financieros:** Capital inicial, flujo de caja operativo.

Propuestas de valor



- Acceso** centralizado, seguro y remoto (24/7) a réplicas digitales 3D de alta fidelidad de artefactos y sitios patrimoniales.
- Resuelve:** Acceso físico limitado, riesgo daño originales, altos costes digitalización in-house, dificultad para compartir/analizar 3D, dispersión activos digitales, falta herramientas virtuales, presupuestos limitados.
- Ofrece:** Plataforma online (Repositorio BBDD, Visor 3D interactivo, Herramientas medición/anotación, Descarga/Licencia, Metadatos detallados, Búsqueda avanzada, API, Soporte).
- Satisface:** Necesidad de investigación remota eficiente, colaboración facilitada, preservación digital, creación experiencias educativas/divulgativas, mayor alcance global, imagen innovadora.
- Características:** Accesibilidad, Alta Fidelidad, Usabilidad, Seguridad, Herramientas específicas, Colaboración, Escalabilidad, Reducción costes indirectos.

Relación con clientes



- Soporte técnico (reactivo/proactivo), Documentación y tutoriales, Gestión de cuentas dedicada (grandes instituciones), Actualizaciones periódicas, Comunidad de usuarios (potencial), Comunicación de novedades.
- Inicialmente:** Foco en soporte técnico y documentación.
- Integración:** Esencial para retención, satisfacción y feedback para desarrollo.
- Coste:** Moderado-alto (requiere personal especializado).

Canales



- Sitio Web de la Plataforma (información, demo, login, pago).
- Marketing Digital (SEO/SEM, redes profesionales).
- Conferencias y Talleres del sector.
- Publicaciones especializadas.
- Email Marketing.
- Contacto directo/Ventas (instituciones).
- Integración:** Web como hub, marketing digital dirige a web, eventos generan leads.
- Efectividad/Rentabilidad:** Online (escalable), Contacto directo (clientes institucionales).

Segmentos de clientes



- Museos e Instituciones Culturales/Patrimoniales** (Curadores, conservadores, gestores, educadores, digitalización).
- Investigadores Académicos** (Arqueólogos, historiadores arte, antropólogos...).
- Educadores y Creadores de Contenido Educativo.** (Secundario/Potencial): Desarrolladores experiencias digitales, público general.
- Más importantes:** Inicialmente Museos/Instituciones; a largo plazo Investigadores/Educadores.
- Mercado:** Nicho (profesionales patrimonio/educación) con segmentos diferenciados.

Estructura de costos



- Costes principales:** Desarrollo/Mantenimiento Software (personal técnico), Infraestructura Tecnológica Cloud (hosting, almacenamiento, B/W), Personal (Soporte, Ventas, Mkt, Gestión), Marketing y Ventas, (Potencial) Adquisición/Creación Contenido, Operativos.
- Recursos/Actividades más caros:** Personal especializado, Infraestructura Cloud a escala, Desarrollo continuo, Adquisición de clientes.
- Modelo:** Principalmente **Value Driven**, con optimización **Cost Driven**.
- Características:** Costos fijos altos (personal), Costos variables (infraestructura cloud, mkt), Potencial economías de escala.

Fuente de ingresos



- Valor pagado:** Acceso conveniente/continuo a modelos 3D, herramientas análisis (ahorro tiempo/viajes), colaboración/difusión, seguridad/gestión activos.
- Preferencia pago:** Modelos de suscripción predecibles, pago por uso/licencia específica.
- TIPOS:**
 - Suscripciones:** (Principal) Niveles (usuarios, almacenamiento, funciones, descargas); Mensual/Anual; Instituciones e individuales.
 - Licencias por Uso:** Usos específicos (comercial, exposiciones); Pago único por modelo/uso.
 - (Potencial) Servicios Profesionales:** Digitalización bajo demanda, consultoría; Por proyecto/horas.
- PRECIOS:** Fijos (Lista para suscripciones/licencias estándar), Dinámicos (Negociación contratos grandes, servicios).